

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ПУБЛИЧНОГО ДИСКУРСА КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ВИДА ОБЩЕНИЯ

В последние несколько десятилетий дискурсивный анализ утвердился в качестве доминирующего во всех направлениях лингвистической мысли. При анализе структуры отдельных высказываний, их прагматических функций и эффектов, а также психолингвистических характеристик проявляется деятельностный, функциональный подход. В рамках функционального подхода понятие «дискурс» трактуется как сложное коммуникативное явление, «которое включает в себя и социальный контекст, дающий представление как об участниках коммуникации (и их характеристиках), так и процессах производства и восприятия сообщения» [5, с. 17].

Учитывая различные интерпретации дискурса, активно используемые в трудах отечественных и зарубежных исследователей [1; 4; 5], мы предлагаем вслед за С.И. Виноградовым определить понятие «дискурс» как «завершенное коммуникативное событие, заключающееся во взаимодействии участников коммуникации посредством вербальных текстов и/или других знаковых комплексов в определенной ситуации и определенных социокультурных условиях общения» [1, с. 139].

Исходя из вышеизложенного определения понятия «дискурс», есть основание считать, что релевантными признаками дискурса являются его *текстовая сущность* в сочетании с *прагматическими* и *социолингвистическими* параметрами. Таким образом, рассмотрение понятия «дискурс» в соотношении с категорией «текст» вводит дискурс в систему координат лингвистики текста, а под дискурсивным анализом понимают междисциплинарную область знания, предполагающую изучение текста с учетом всего арсенала средств из таких областей, как социолингвистика, психолингвистика, прагмалингвистика, теория речевых актов, лингвистика текста, лингвокультурология, стилистика, культура речи и т. д.

Типологизация дискурса на социолингвистических основаниях выделяет сферу публичного институционального дискурса, который совмещает черты, присущие *интерперсональному общению* и *средствам массовой коммуникации*. Действительно, любое ораторское выступление можно рассматривать как средство *убеждения* и *непосредственного воздействия* на массовую аудиторию, что в равной степени относится и к другим формам массовой коммуникации, таким

как телевидение, радио, интернет, специализированные печатные издания. Таким образом, сохраняя в целом черты классической ораторской речи, современная публичная речь находится под сильным влиянием СМИ. Такое сопоставление, на наш взгляд, позволяет рассматривать публичную речь как одну из форм массовой коммуникации, которая может реализовываться в различных сферах профессиональной ораторской деятельности (политическое выступление, судебное выступление, религиозная проповедь и т. д.).

В основе выделения различных видов публичного институционального дискурса лежат определенные *социальные конвенции*, имеющие моральное и правовое закрепление, а также *ритуализированность функционирования*, которая проявляется в заранее определенных временных границах, месте, цели, теме и участниках общения. Специфика ритуализации социально-ориентированной коммуникации выражается в *стереотипности* форм поведения, строгой *регламентации* и четкой *иерархии* взаимоотношений участников коммуникации, обусловленной их статусно-ролевыми отношениями в рамках сложившихся социальных институтов.

Таким образом, любое публичное выступление как жанровое явление представляет собой одну из форм социальной деятельности, регулирующей поведение ее адресатов. Такое понимание согласуется с представлением о публичном выступлении в рамках лингвориторики, которая рассматривает любое ораторское выступление как средство непосредственного воздействия на массовую аудиторию с целью добиться от адресата принятия самостоятельного решения о необходимости, желательности либо возможности совершения / отказа от совершения определенного посткоммуникативного действия в интересах говорящего [3, с. 178]. При этом к числу основных элементов, составляющих процесс устного выступления, относятся: *говорящий* (speaker), *слушающий* (hearer), *сообщение* (message), *канал* передачи сообщения (channel) и *коммуникативная ситуация*, формирующими факторами которой выступают *цели* и *интенции* участников общения.

Центральное место в устном риторическом произведении занимает «языковая личность – ритор и аудитория как сообщество людей, получающих высказывание и принимающих решение...» [2, с. 113] (курсив наш. – Е. Ф.). Языковая личность в процессе публичного выступления продуцирует дискурс / текст с определенной экстралингвистической целью, которая в лингвориторическом измерении определяется как воздействие на эмоционально-волевую психику получателя информации. Публичное выступление охватывает

в реальном коммуникативном акте различные виды речевого воздействия (убеждение, внушение, информативное воздействие, фатическое воздействие), которые выступают, как правило, в совокупности, поэтому можно говорить лишь о доминировании какого-либо вида в том или ином жанре публичного институционального общения. Отсюда следует, что тактика публичного общения определяется стремлением оратора найти соответствующие способы воздействия на адресата для достижения того результата, который он сознательно или неосознанно хочет получить от своей речи.

Именно в этом направлении развивает многие риторические идеи лингвопрагматика, которая для построения адекватной риторической модели коммуникативного акта учитывает такие категории, как кооперативное сотрудничество между ритором и аудиторией, двустороннюю коммуникацию, что способствует достижению многообразных целей, возникающих в ходе социального взаимодействия.

Существенно, что границы разновидностей публичного институционального дискурса условны. Определенные характеристики видов публичного институционального дискурса могут встречаться, перекрещиваться и взаимодействовать в границах единого текста.

Таким образом, будучи реализовано вербально и направлено на других, публичное выступление представляет собой одну из форм социальной деятельности, специфика которой заключается в том, что речь рассматривается как один из способов регуляции поведения ее адресатов.

Литература

1. Виноградов, С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи / С.И. Виноградов // Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С. 121-152.
2. Волков, А.А. Риторика в филологическом образовании / А.А. Волков // ВМУ. Сер. 9. Филология. – 1996. – № 4. – С. 112-124.
3. Голоднов, А.В. Коммуникативно-прагматическая характеристика риторического метадискурса / А.В. Голоднов // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. Серия Филология. – 2011. – № 3. – С. 178-185.
4. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 476 с.
5. Дейк, Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.